主題

e-비즈니스 국가 비전 및 전략

정보통신부 김 광 수
한국전산원 류 광 택

차 례

Ⅰ. e-비즈니스 시대의 도래
Ⅱ. e-비즈니스의 정의 및 중요성
Ⅲ. 선진국의 e-비즈니스 정책동향
Ⅳ. e-비즈니스의 비전 및 정부의 역할
Ⅴ. 세부 추진 전략
Ⅵ 맺음말

Ⅰ. e-비즈니스 시대의 도래

세계경제는 이제 국토의 크기나 자원보다는 국민의 지식과 정보기술 활용능력이 국력을 좌우하는 지식정보사회로 전환되고 있다. 이러한 지식정보 사회에서는 삶에 필요한 모든 지식과 정보를 인터넷을 통해 언제, 어디서나, 누구와도 빛의 속도로 주고받을 수 있으며, 개인, 기업, 국가의 힘이 지식과 정보의 양과 질에 의해 결정된다. 즉 인터넷이 초래하는 변화에 어떻게 대응하느냐가 국가의 운명을 좌우하게 된다는 것이다.

널리 알려진 바와 같이 최근 몇 년 동안 인터넷의 이용률은 급속한 속도로 성장하여 불과 4년 만에 인터넷 이용자가 5,000만 명을 넘어섰으며, 최근에는 2.5억 명을 돌파하였다. 우리나라의 인터넷 이용자 수도 현재 약 11백만 명에 이르며, 전세계적인 증가율보다 더 빠른 속도록 증가하고 있는 추세이다.

이러한 인터넷의 급속한 확산에 따라 새로운 사회, 문화 패턴이 창출되고 있다. 경제, 사회 활동 공간이 확대되었음은 물론이고, 시간적 제약 역시 사라지고 있다. 이러한 새로운 환경 속에서 기업, 정부, 개인 등 모든 경제 주체의 생산성을 높이고, 경쟁력을 향상시키기 위한 전제조건으로 e-비즈니스의 도입 필요성이 제기되고 있으며 이에 따라 e-비즈니스의 세계시장 규모도 매년 급격하게 증가

표 1. 전세계 e-Business 시장규모

(단위 : 억달러)

구 분	1999	2000	2003
포털서비스	30	40	100
상품판매	4,017	6,579	53,000
거래중개	870	1,350	15,000
컨텐츠	999	1,631	13,133
계	5,916	9,600	81,233

하여, 203년에는 81,223억불로 성장할 전망이다.

다시 말해서 글로벌한 지식기반경제하에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 e-비즈니스가 제공하는 기회를 어떻게 활용하느냐에 달려있으며 전세계 많은 기업과 정부에서도 e-비즈니스의 도입 및 활성화를 위해 역량을 집중하고 있다.

Ⅱ. e-비즈니스의 정의 및 중요성

현재 e-비즈니스, 인터넷 비즈니스, 디지털 비즈니스, 사이버 비즈니스 등의 용어가 비슷한 의미로 서로 혼용되어 사용되는데 e-비즈니스라는 용어는 각각을 총체적으로 지칭하고 모두를 포함하는 가장 커다란 개념의 용어로 표현된다. 즉 e-비즈니스란 인터넷과 정보기술이 결합된 네트워크 환경에서 핵심업무 프로세스를 혁신함으로써 생산력을 제고하고 고객서비스 및 업무처리 효율을 개선하는 새로운 비즈니스 방식을 말한다.

e-비즈니스는 고객과의 관계는 물론 경쟁우위, 조직내부 경영원리에 이르기까지 비즈니스 모델을 전면적으로 바꾸어 나가는 힘을 가지고 있으며, 단순한 정보기술의 변천이나 경영 패러다임의 새로운 모습이 아니라 민간, 공공부문 모두의 비즈니스 유형 차제를 뒤바꿀 혁명적인 개념이라고 볼 수 있다.

e-Business의 도입을 통한 기업의 대표적인 비즈니스 형태는 다음과 같이 요약할 수 있다.

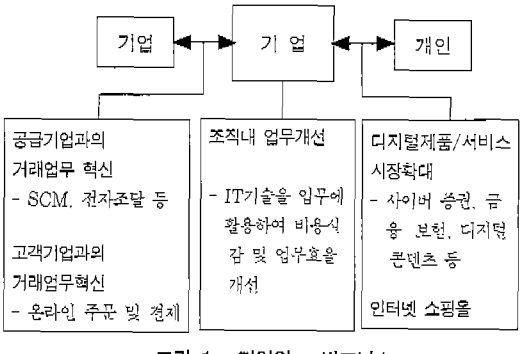

그림 1. 기업의 e-비즈니스

e-비즈니스가 기업에 미치는 영향은 생산성과 고용, 경제성장 등 경제 전체에 연쇄적으로 영향을 미치게 된다는 점에서 매우 중요하다. 가트너 그룹은 e-비즈니스를 제대로 구현하지 못한 기업은 2001년까지 15~30% 정도의 경쟁력 감소가 예상되며, 2001년 말까지 이 들 중 5%는 경영에 실패할 것이라고 전망하고 있다.

e-Business의 도입이 기업에만 필요한 것은 아니며 정부에서 제공하고 있는 다양한 서비스에도 적용이 가능하며 다음은 정부의 e-Business 도입 유형을 설명하고 있다.

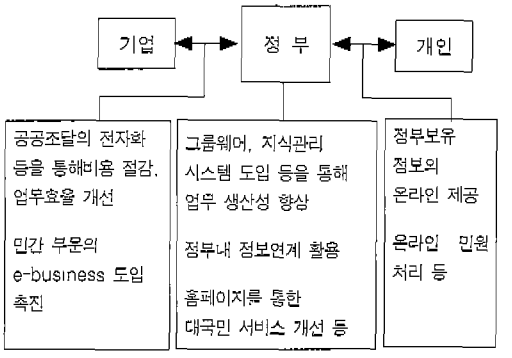

그림 2. 정부의 e-비즈니스

이러한 기업, 정부의 e-비즈니스 도입은 개인에게도 거래 및 서비스 형태의 변화를 초래한다는 점에서 e-비즈니스는 기업, 정부, 개인 등 모든 경제 거래 주체에 적용되는 개념이라고 볼 수 있다.

우리나라가 e-비즈니스가 제공하는 기회를 활용하여 글로벌 e-비즈니스 시장을 주도해 나아가기 위해서는 기업, 개인의 적극적인 인식 전환 및 노력이 필요하지만 이를 지원하기 위한 정부의 역할 또한 중요하며 대표적인 정부의 역할로는 e-비즈니스 도입과 관련된 장애물을 제거하고, e- 비즈니스에 대한 기반환경을 조성하여 e-비즈니스를 하는데 최적 환경을 만드는 것으로 볼 수 있다.

Ⅲ. 선진국의 e-비즈니스 정책동향

1989년 국립 로렌스 리버모어 연구소에서 전자상거래란 용어를 처음 사용한 이후 미국은 인터넷 관련 기술의 우위를 바탕으로 전세계 전자상거래 시장과, OECD, APEC 등 국제협력기구에서의 전자상거래 논의를 주도하고 있다. 미국정부는 1997년에 범세계적 전자상거래 기본틀을 발표한 이후, 1998년 말까지 인터넷 무과세에 관한 법률 등 전자상거래 활성화를 위해 4개의 법률을 제정하여, 수요창출 및 환경 조성에 주력하고 있다. 현재 미국은 세계 전자상거래의 80%를 차지하고 있으며, 전자상거래 분야의 선도자로써의 역할을 수행하여, 99년 12월에는 전자상거래의 상업적 측면을 탈피해 전자상거래를 통해 국민에게 보다 나은 서비스를 제공하는 수단으로 활용하고자, 〔전자정부지침〕과 〔전자사회지침〕 두 개의 실행계획과 비전을 발표한 바 있다.

영국은 전자상거래를 위한 정부의 역할을 기업이 경쟁력을 갖출 수 있도록 안정적인 법적 기본틀을 제시하는 것으로 정의하고, 이를 위해 전자통신법, 경쟁법 등을 제정하였으며, OECD, WTO 등 국제협력기구에서 전자상거래 기본틀을 마련하기 위해 적극적으로 활동하고 있다. 이와 함께 기업의 경쟁력 확보를 위해 정보기술, 전자, 통신, 컨텐츠 산업의 주요인사가 참여하여 전자상거래에 관한 제반 쟁점사항을 논의하는 ILP, 소프트웨어/전자산업 연합회인 AEB 등을 구성하여 운영하고 있다. 또한 98년 7월에는 정부의 전략과 부처간의 정책 조율을 위해 총리실 산하에 PIU를 구성하고, 이 PIU에서 영국의 전자상거래 활성화 방안을 수립하고 있다.

민간주도의 미국과 달리 일본은 95년부터 통산성, 우정성 등 정부가 중심이 되어 본격적으로 전자상거래를 추진하고 있다. 통산성에서는 97년에 전자상거래관련 기본원칙을 천명한 디지털 경제시대를 향하여라는 보고서를 발표하였으며, 96년에 설립된 ECOM을 통해 전자상거래 추진기반을 마련하고 있다. 그러나 일본은 97년까지 전자상거래와 관련하여 확실한 정책을 수립하지 못하였고, 이로 인해 민간분야에서의 전자상거래 추진속도도 발달된 정보통신 기반구조와는 대조적으로 상당히 느렸다. 이러한 문제에 대응하기 위해 일본정부는 98년 9월에 전자상거래 작업반을 구성하여 일본의 전자상거래 정책 수립과 전자상거래 활성화를 지원하고 있으며, 99년 4월에는 전자상거래의 본격화를 하나의 당면 목표로 삼고 있는 고도 정보통신사회 행동계획을 발표하였다.

Ⅳ. e-비즈니스의 비전 및 정부의 역할

앞서 이야기한 바와 같이 e-비즈니스는 단순히 기업 부문에만 적용되는 것이 아니라 정부, 기업, 개인 등 거래의 모든 주체에 적용되는 개념으로 볼 수 있다. 즉 e-비즈니스의 활성화를 통해 정부에서 제공하는 행정 서비스를 보다 편리하게 제공함으로써 대국민 서비스를 향상시킬 수 있으며 기업에서는 e-비즈니스 도입을 통해 생산성을 향상시키고 궁극적으로는 가상기업 형태로 발전할 수 있을것이다. 개인 또한 정부와 기업의 e-비즈니스 활성화를 통해 편리하고 풍요로운 생활의 영위가 가능해질 것이다.

정부에서는 기업, 개인, 정부의 e-비즈니스 활성화를 통해 지식경제하에서 선진국으로 발돋움하는

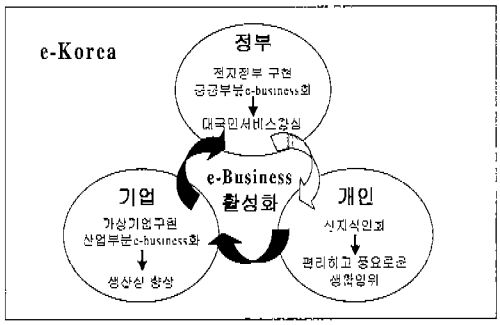

그림 3. e-비즈니스의 비전

것을 목표로 e-Korea 비전을 추진하고 있다.

e-비즈니스는 세계화(Globalization), 지식기반경제(Knowledge-based economy)로의 이행, 그리고 정보통신기술(Information and Telecommunication technology)의 급속한 발달이라는 경제적 변혁의 세가지 흐름이 합류하는 지점에 위치하여 우리 경제가 앞으로 나아갈 방향에 지대한 영향을 미칠 것이다. 따라서 e-비즈니스의 확산으로 인한 급격한 변화에 적극 대비하고, 거래당사자 및 국가의 경쟁력을 향상시키려는 목적을 제대로 이루기 위해서는 합리적이고 효율적인 e-비즈니스 확산정책을 수립하고 추진하는 것이 필요하며, 이를 위해서는 e-비즈니스의 성숙도와 진행정도, 특히 미진한 부분에 대한 정확한 정보와 전략 수립 및 추진이 필수적이다.

정부의 e-비즈니스 활성화를 위한 역할은 크게 e-비즈니스를 위한 기반 조성, 인식 제고, e-비즈니스 도입 지원, 공공부문의 선도적인 e-비즈니스 도입 등으로 대별할 수 있으며 각 분야별 세부 전략을 마련하고 관계부처와 협력관계를 통해 추진하고 있다.

V. 세부 추진 전략

먼저, e-비즈니스의 활성화를 위한 기반을 조성하기 위해 정부에서는 인터넷 망의 고속화, 기술개발 및 표준화, 인력 양성, 전자거래의 신뢰성 확보 등을 적극적으로 추진하고 있다.

최근 4~5배씩 급증하는 인터넷 트래픽을 원활히 소통할 수 있도록 주요 도시간 인터넷 기간망을 금년중 '99년 대비 6배 이상으로 확충하고(20~30Gbps), 현재 일본, 미국 등 12개국에 총 1,251Mbps의 인터넷 국제회선을 금년중 5Gbps 이상으로 대폭 확충할 계획이다.

또한, 전자상거래 공용플랫폼, ERP(전사적 자원관리), EC/CALS, 동시공학 등 e-비즈니스 관련 핵심 기술을 개발하여 이전함으로써 민간기업의 기술력 향상과 기술개발 비용 부담을 경감할 수 있도록 지원하고 있다.

e-비즈니스의 핵심 수단이라고 할 수 있는 전자상거래의 활성화에 가장 큰 걸림돌로 지적되고 있는 표준화 문제를 해결하기 위해 지난 6월 전자상거래 표준화 통합포럼을 설립하여 민간중심의 표준화 활동을 체계적으로 추진하고 있으며, 정보통신표준화 사업을 통해 부품코드, 전자지불 등 시급한 표준을 우선적으로 개발 보급하고 있다.

최근 e-비즈니스의 급속한 성장에 따라 부족한 전문인력을 양성할 수 있도록 대학에 대한 시설 지원 및 정원을 확대하고 있으며, 사이버 대학 등 새로운 교육 방안을 적극 개발할 계획이다. 또한 전자상거래 관리사 제도를 도입함으로써 전자상거래를 포함한 e-비즈니스 전문인력에 대한 자질을 검증함으로써 관련 기업에서 쉽게 인력을 수급할 수 있도록 하고 있다.

전자적인 수단을 통해 발생하는 거래의 신뢰성이 확보되어야만 e-비즈니스가 활발히 발전할 수 있을 것이며, 정부에서는 이를 위해 '99년 발효된 전자서명법에 따라 금년 2월 한국정보인증, 한국증권전산, 금융결제원 등 3개 기관을 전자서명 공인인증기관으로 지정하여 전자서명 인증업무를 개시하도록 하였으며, 최근 문제되고 있는 해킹 방지 등을 위해 금년중 정보통신기반보호법을 제정할 계획이다. 아울러 e-비즈니스의 발전으로 인해 남용될 수 있는 개인정보에 대한 보호를 강화하기 위해 개인정보보호 지침을 제정하여 시행에 들어가는 등 e-비즈니스의 신뢰성 확보를 위한 법·제도 정비를 지속적으로 추진해 나갈 계획이다.

두 번째로 e-비즈니스에 대한 인식을 제고하기 위해 기업의 e-비즈니스 도입 방향을 제시하고 벤치마킹 할 수 있는 모델을 제시하는 기업정보화수준평가사업을 매년 시행하고 있다. 기업정보화수준평가사

업은 '97년부터 시작하여 올해 4회째 시행하고 있으며 동 사업에 참여하는 기업에 대해서는 무료로 정확한 기업 정보화 수준을 진단하고 향후 추진 방향을 제시해주고 있다. 이외에도 정부에서는 기업의 e-비즈니스에 대한 인식을 제고하기 위해 최고 경영자에 대한 e-비즈니스 교육 프로그램 개설 등 e-비즈니스에 대한 인식 확산 프로그램을 마련하여 시행할 계획이다.

세 번째로 기업에서 비용 부담으로 인해 e-비즈니스 도입이 저조한 실정임을 감안하여 정보시스템에 대한 아웃소싱을 적극적으로 추진하고 있다. 먼저 기업의 인터넷 망, 정보시스템 관리에 대한 부담을 줄여서 e-비즈니스에 역량을 집중할 수 있도록 인터넷 데이터센터를 확충하고 이용 활성화 방안을 마련하고 있으며 e-비즈니스의 핵심 요소인 ERP, 그룹웨어, 전자상거래 솔루션 등을 저렴하게 이용할 수 있도록 ASP(Application Service Provider) 사업에 대한 세제 · 자금 지원 등을 추진하고 있다.

또한 중소기업의 e-비즈니스 도입을 지원하기 위해 e-비즈니스 도입에 필요한 설비 구입 및 시설 개체 지원사업비를 정보화촉진기금으로 장기 저리 융자해주고, 중소 제조업체들이 주로 입주해 있는 산업단지를 통해 기존 제조업체의 e-비즈니스 도입을 촉진할 수 있는 시범사업을 추진하고 있다.

마지막으로 공공부문에도 e-비즈니스를 선도적으로 도입함으로써 민간 부문으로의 확산을 유도할 계획이다. 먼저 2001년까지 조달청의 정부조달 업무에 전반을 전자화함으로써 조달에 참여하는 27,000여 수요기관 및 28,000여 공급 기업으로 e-비즈니스를 확산할 계획이며, 국방조달, 건설 조달 등 분야별로 자체 시행중인 조달업무의 전자화도 정부조달과 연계하여 추진할 계획이다. 이를 위해 관계 부처와 협의하여 국방조달의 경우 2001년부터, 건설 조달의 경우 2003년부터 전면 전자화를 추진할 계획이다. 또한 한국전력, 한국통신, 도로공사 등 조달 물량이 많은 공기업의 조달 업무 전자화를 조기 추진하기 위해 이미 전자조달 시스템을 구축한 공기업은 활용 범위를 확대하고, 전자조달 미실시 기업은 금년부터 시스템 구축을 추진할 계획이다.

Ⅵ. 맺음말

이제 e-비즈니스는 선택이 아닌 필수 사항이며 우리나라가 선진국으로 발돋움하기 위해서는 사회 각 부문에 e-비즈니스 도입을 촉진함으로써 투명성과 생산성을 획기적으로 제고할 수 있어야 한다. 이를 위해 정부의 적극적인 추진 의지와 함께 개인, 기업 등 모든 경제 주체들의 적극적인 인식전환이 필요한 것으로 여겨진다. 정부 내에서도 정보통신부 뿐만 아니라 재정경제부, 기획예산처, 산업자원부 등 16개 부처에서 협력하여 소관분야의 e-비즈니스 도입을 촉진하기 위해 노력하고 있으며 이러한 정부, 기업, 개인의 노력이 조화될 수 있어야만 21세기 지식경제사회에서 우리나라가 선진 강국으로 발전할 수 있을 것이다.

김 광 수

1994년 한양대학교 전자공학과 졸업
1994년 제29회 기술고등고시 합격
1995년 정보통신부
1997년 정보통신부 인터넷정책과
1999년 정보통신부 정보화지원과
2000년 인터넷정책과 전자거래 담당
관심분야 : 인터넷 기반 및 전자상거래

류 광 택

1984년 인하대학교 항공과 졸
1995년 서강대 경영대학원 졸
현재 한국전산원 차세대서비스부장
관심분야 : 전자상거래 및 공공부문 e-business 도입 등